

Tudománynépszerűsítő intézményi kommunikáció a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetemen

Farkas Alexandra

Egyre több fórumon esik szó arról, hogy a tudományos kutatások módszereiről, eredményeiről a szűkebb szakmán túl a döntéshozók és a széles nagyközönség felé is szükséges és érdemes kommunikálni, még hozzá közérthető, világos, pontos és követhető módon. A szóbeli és írásbeli tudománynépszerűsítő tevékenység hatása és megítélése ugyanakkor pozitív és negatív is lehet az érintett kutató és az őt foglalkoztató intézmény hírneve szempontjából. Ám ahhoz, hogy a mérleg nyelve minél többször billenjen a pozitív hatások felé, a tudománykommunikációt érintő attitűdök felmérése és megértése, valamint a kapcsolódó készségek fejlesztése is elengedhetetlen. Ennek elősegítése érdekében született meg az alábbi felmérés is, amely a tudományos eredményeket népszerűsítő intézményi kommunikáció jelentőségét vizsgálta a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem (MATE) kutatóinak körében.

tudomány, tudománykommunikáció, tudománynépszerűsítés, tudományos eredmények

1. A kutatók tudománykommunikációval kapcsolatos attitűdje

Több nemzetközi felmérés is bizonyítja, hogy az aktív tudománykommunikációs tevékenység, azaz a kutatók tudományról szóló közérthető kommunikációs törekvései szakmai körökben is pozitív hatással vannak a hírnévre és segítik a tudományos életpálya kiteljesedését. *Peters et al.* (2008) felmérése során például amerikai, japán, német, brit és francia kutatók 77%-a jelezte azt, hogy a médiamegjelenések révén személyük jobban láthatóvá válhat a lehetséges támogatók előtt, de *Massarani-Peters* (2016) szerint brazil kutatók 24%-a is jutott már anyagi támogatáshoz a médiaszerepléseket követően. *Alonso-Flores és Moreno-Castro* (2018) szintén vizsgálta spanyol egyetemeken kutatóinak ezzel kapcsolatos véleményét, ahol a válaszadók 46,5%-a szerint az intézményi kommunikációnak köszönhetően a kutatások jobban ismertté váltak a kollégák előtt, 21%-a pedig arról is beszámolt, hogy egy téma iránt érdeklődő vállalat a kommunikációnak köszönhetően vette fel vele a kapcsolatot.

Több tanulmány ugyanakkor ezzel ellentétes tapasztalatokról és a tudománykommunikációra időt szánó kutatók negatív megítéléséről is beszámol. *Peters et al.* (2008) eredményeiből például az is kitűnik, hogy a megkérdezett kutatók 42%-a szerint a kollégák részéről, 43%-a szerint az intézmény vagy a tanszék vezetője részéről, 43%-a szerint pedig a széles nagyközönség felől lehet számitani kritikai megjegyzésre. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy nem volna szabad negatívan megítélni azokat, akik közérthető formában is közléteszik eredményeiket valamilyen platformon, az alapkutatások egy része ugyanis részben az adófizetők pénzéből valósul meg, akik felé elvárható a rendszeres visszajelzés (*Farkas*, 2022).

Magyarországon kimondottan a kutatók szemszögéből csak néhány alkalommal vizsgálták a tudományos élet képviselői és a társadalom közti kommunikáció szerepét. Az egyik legrészletesebb ilyen empirikus kutatást *Mosoniné Fried Judit* végezte kollégáival 2004-ben az MTA Kutatásszervezési Intézetének közreműködésével (*Mosoniné et al.*, 2004). Az online kérdőívek révén feltett kérdésekre a meg-

kérdezett 5.646 szakember közül 1.182 fő (21%) válaszolt az MTA köztestületi tagjai közül. A kutatás előtt megfogalmazott hipotézisek némiképp illeszkednek a fent idézett negatív megítéléshez, *Mosoniné* és kollégái ugyanis előzetesen arra számítottak, hogy a megkérdezettek nagy része nem kíván a laikusokkal szakmai kérdésekről párbeszédet folytatni, hogy többségük nehezen szakad el a szakzsargon-tól és nem fejlesztené kommunikációs készségeit, hogy többségük inkább lebecsüli a tudományszerűsítésben eredményes kutatókat, mint hogy elismerné őket, jelentős hányaduk pedig egyáltalán nem is szánna időt a társadalmi nyilvánosságra. A meglehetősen borús képet festő várakozásokkal ellentétben az derült ki, hogy a kutatók és a nagyközönség közti párbeszédet a válaszadók 76%-a támogatja, 3%-a nem tartja fontosnak, ugyancsak 3%-a pedig kifejezetten károsnak tartja (*Mosoniné et al.*, 2004). 78% szerint a közvélemény tájékozódásának elősegítése egyértelműen a kutatók feladata, ugyanakkor 70% szerint tudománykommunikációs szakemberek, 38% szerint pedig újságírók is segíthetik ezt a tevékenységet. A felmérés alapján a kutatók mintegy fele szerint a párbeszédnek köszönhetően a laikusok akár a mindennapokban is használható tudáshoz juthatnának, könnyebben tudnának dönteni a saját életükkel kapcsolatos ügyekben, továbbá képesek lennének saját véleményt alkotni bizonyos kérdésekről. A párbeszéd ugyanakkor előnyt jelenthet a kutatóknak is, 52,8% szerint ugyanis ennek köszönhetően potenciális együttműködő partnerekkel is fel tudnák venni a kapcsolatot. A kutatóknak azonban a felmérés szerint mindössze 8,1%-a vár pénzügyi, 6,4%-a pedig szakmai előrelépést a társadalmi párbeszéd-től, ami igen pesszimista hozzáállást tükröz. *Komár* (2020) hozzáállása ennél pozitívabb, meglátása szerint ugyanis a tudománykommunikációs tevékenység nem marad jutalom nélkül, hiszen valós, mérhető és kiaknázható előnyt jelent a 21. század kutatói és a különböző szakterületek számára.

2. Tudománykommunikációhoz kapcsolódó attitűdök vizsgálata a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem kutatói körében

Ahogy *Mosoniné et al.* (2004) eredményei is rámutattak, a tudományos ismeretterjesztés nem kizárólag a kutatók feladata. Ennek megfelelően hazai

és nemzetközi szinten is egyre gyakoribb az a megoldás, hogy nem maga a kutató közli laikusok számára érthető formában tudományos munkájának esszenciáját, hanem ebben – a kutató nyitottsága és együttműködése esetén – a munkahelyét jelentő felsőoktatási intézmény, kutató-fejlesztő cég, kutatóközpont vagy kutatóintézet kommunikációs munkatársa, szóvivője, vagy egy ezzel megbízott kommunikációs ügynökség nyújt számára segítséget (*Farkas*, 2023). Hazánkban ezt a gyakorlatot követi például az Eötvös Loránd Kutatóhálózat és a Semmelweis Egyetem is, 2017 decembere óta pedig jómagam is hétről hétre azon dolgozom, hogy a gödöllői központú Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem (és a jogelőd Szent István Egyetem) tudományos és innovációs tevékenysége sajtóközlemények írása és kiküldése, valamint interjúk szervezése révén szélesebb körben is ismertté váljon. Ezzel párhuzamosan ugyanakkor folyamatosan foglalkoztat a kérdés, hogy a MATE oktató-kutatói hogyan értékelik a tudományos eredményeket is népszerűsítő egyetemi sajtókommunikáció szerepét, hatását és jelentőségét, így a fent idézett hazai és nemzetközi felmérésekből kiindulva célul tűztem ki e kérdések vizsgálatát (*Farkas*, 2022, 2023).

A Nemzeti Tehetség Program, valamint a Kulturális és Innovációs Minisztérium támogatásával végzett kutatásban az általam összeállított online kérdőívet a MATE 271 oktató-kutatója töltötte ki, ami 27%-os részvételi arányt jelent. A résztvevők közül 50 fő további pozitív vagy negatív gondolatait, aggodalmait is megfogalmazta a tudománykommunikációval kapcsolatban.

Az eredmények alapján a válaszadók 97%-a szerint valamilyen okból fontos, hogy egy kutató rendelkezzen kommunikációs ismeretekkel. Mindez 214 fő szerint azért fontos, mert a kutatási eredményeket minél szélesebb körben be kell mutatni, 212 fő szerint azért, hogy egy kutató élvezetes órákat tarthasson az egyetemen, 141 fő szerint pedig azért, mert a kutatási pályázatok esetében is kötelező a nyilvánosság. Az egyik kutató külön hangsúlyozta, hogy „a mai világban, amikor mindenki mindennek a tudósa, szükség van hiteles, szakmai anyagok megjelenésére, hogy a laikusok számára ne fals információk terjedjenek a különböző online és offline platformokon”. 54 fő azt jelezte,

hogyan fontos lenne, hogy eredményeit a nagyközönség is megismerje, erre azonban nem jut ideje. Az egyik kutató azt is hozzáfűzte, hogy „a fő probléma az ismeretterjesztő tevékenységgel az, hogy a kutatók többsége nem tud rá időt szakítani, még azok is nehezen teszik meg, akik motiváltak benne”. Ilyen esetekben van különösen nagy szükség a kutatókkal szoros együttműködésben dolgozó kommunikációs szakemberekre, akik képesek segíteni az új eredmények népszerűsítését. Mint azt az egyik válaszadó is írta, „az egyetemi Médiaközpont sokat segíthet abban, hogy a populárisabb kutatási eredmények eljuthassanak a nagyközönséghez még akkor is, ha azt az eredményt elérő kolléga nem tudja kellően laikus szinten megfogalmazni”.

A felmérésben részt vett kutatók 77%-a szerint azért pozitív az egyetem sajtótevékenysége, mert ennek köszönhetően új kutatás-fejlesztési együttműködések jöhetnek létre, 78%-a pedig azért ítélte pozitívnak az egyetem sajtótevékenységét, mert ennek hatására nőhet a felvételizők száma. Az aktív és rendszeres intézményi kommunikációnak valóban van ilyen hatása is, hiszen azoké a felsőoktatási intézményeké a jövő, akik mellett, hogy 21. századi követelményeknek megfelelő oktatást folytatnak, tudatosan gazdálkodnak és számos szálon összefonódnak a vállalati szférával, a külvilág felé is folyamatosan kommunikálnak (Rámfáp, 2010). Nyilvánvalóan ez az aktív és folyamatos PR-tevékenység is hozzájárult ahhoz, hogy 2023-ban több mint 40%-kal többen nyújtották be jelentkezésüket a MATE képzéseire, mint egy évvel korábban (uni-mate.hu). A MATE esetében egyébként mindez azért is különösen fontos, mert egy 2021. február 1-jén átalakult és megújult alapítványi egyetemről van szó, így erős intézményi kommunikációra van szükség ahhoz, hogy a pályaválasztás előtt álló diákok, valamint szüleik és tanáraik is megismerjék az új egyetemet. Ezt erősíti az egyik kérdőívet kitöltő kutató üzenete is, aki szerint „nyilvánvaló, hogy a rendszeres megjelenés segíti az egyetem arculatának kialakítását”. 20 fő ugyanakkor arra is felhívta a figyelmet, hogy a sajtóban esetlegesen megjelenő túlegyszerűsített, hatásवादász cikkek ronthatják az egyetem hírnevét.

A túlnyomó többség szerint az intézményi kommunikációnak a bemutatott kutató hírneve szempontjából is pozitív hatása van. 210 fő szerint ennek köszönhetően a kutató személye a nagyközönség előtt is ismertté válik, 174 fő szerint pedig a médiamegjelenések akár pályázati sikert és elismerést is hozhatnak a kutatóknak. 26 fő szerint ugyanakkor a sajtóban megjelenő szakmai hibák és pontatlan információk rossz fényt vetnek a kutató személyére, 8 fő szerint pedig a médiamegjelenések irigységet keltenek a kollégákban. Szintén az érintett hírnevéért aggódik az egyik kutató, aki szerint, „a pontos, szakmailag is hiteles fogalmazás nagyon fontos, hiszen az esetleges hibák a szakmailag is tájékozott közönség körében nagyon visszatetsző hatást kelthetnek”. Egy másik kutató szerint „a pozitív hatások mellett sajnos sok múlik a riportern, a szerkesztő és a médium szakmai (újságírói) hozzáértésén, színvonalán, szándékán”.

Az elemzés többek között arra is rávilágít, hogy a tudománynépszerűsítés és az intézményi kommunikáció esetében fokozottan törekedni kell arra, hogy a megjelenő cikkek, sajtóközlemények szövegezése nyelvtani szempontból helyes, szakmailag korrekt, ugyanakkor figyelemfelkeltő is legyen, és ne maradjanak benne nyitott kérdések és félreérthető információk. Ekkor nagyobb az esélye ugyanis annak, hogy az adott médium változtatás nélkül közli a szöveget, ami valóban építheti egy kutató és az intézmény hírnevét. Az eredmények ugyanakkor arra is utalnak, hogy a tudományos kutatások közérthető és hiteles népszerűsítéséhez erősíteni kell a kutatók kommunikációs ismereteit, készségeit, továbbá növelni kell a kutatók és a kommunikációs szakemberek közti bizalmat és együttműködést.

3. Gondolatok a tudománykommunikáció oktatásának szükségességéről

A tudománykommunikációhoz kötődően arról is fontos szót ejteni, hogy hazánkban néhány kivételtől eltekintve a tudományos pályákon sem BSc-, sem MSc-, sem PhD-képzésen nincs igazán olyan kurzus, ahol egy fiatal megtanulhatná, hogy hogyan kell közérthető cikket írni, interjút adni vagy tudománynépszerűsítő előadást tartani (Farkas, 2022, 2023).



A szerző könyvének borítója

Korábban az Eötvös Loránd Tudományegyetemen működött ugyan Tudománykommunikáció a természettudományban MSc szak a kommunikációs, múzeumpedagógiai és kutatásmenedzseri tevékenység fejlesztésére, ez azonban 2015-ben megszűnt. Jó hír, hogy a 2022/2023. tanévben a Semmelweis Egyetemen elindult egy kimondottan a fenti készségekre fókuszáló egészség- és tudománykommunikáció kurzus. A legtöbb felsőoktatási intézményben azonban pusztán egy-egy olyan elméleti vagy gyakorlati óra jellemző, ahol a tudományos írás olyan praktikáit oktatják, mint a hivatkozások helyes használata és egyéb formai követelmények. Holott a kutatói pályára készülő fiataloknak minél előbb, de legkésőbb a doktori képzés során meg kell tanulniuk, hogyan születik egy sajtóközlemény, hogyan épül fel egy ismeretterjesztő

cikk, mikor érdemes és mikor nem érdemes sajtótájékoztatót szervezni, hogyan kommunikálhat egy kutató az online térben, mit jelent egy kutatási pályázattal kapcsolatos kötelező nyilvánosság, hogyan kell felkészülni egy rádió- vagy TV-interjúra, és mindezekkel kapcsolatban kihez lehet segítségért fordulni egy egyetemen vagy kutatóhelyen. Éppen ezért született meg és e témák kapcsán nyújt iránymutatást a fiatal kutatóknak az *50 út a közérthető tudományhoz* című, tizenegy fejezetre tagolt könyv is (Farkas, 2023). Az pedig már csak hab a tortán, hogy az eredmények tömör összefoglalásához szükséges intellektualitás a tudományos produktiváshoz is sokszor nélkülözhetetlen, ezért a tudomány népszerűsítés terén aktív kutatók sokszor aktívabbak és sikeresebbek a kutatás-fejlesztés terén is (Jensen et al., 2008).

Beérkezett: 2023. április 20.



Dr. Farkas Alexandra, PhD

a környezetbiológia doktora, tudománykommunikációs szakértő, tudományos újságíró Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Médiaközpont
farkas.alexandra@uni-mate.hu

Hivatkozások

- Alonso-Flores, J., Moreno-Castro, C. *Does Science Communication Enhance Researcher Impact? A Survey among Scientists at Spanish Universities*, Journal of Education and Social Policy, 5(2), p. 34–44, 2018.
<https://doi.org/10.30845/jesp.v5n2p5>
- Farkas, A. *Közérthetően és hitelesen. Élet és Tudomány*, 77(18), p. 582–584, 2022.
- Farkas, A. *50 út a közérthető tudományhoz*. Vármédia Print Kft., 2023, ISBN: 978-615-01-7337-5.
- Jensen, P., Rouquier, J. B., Kreiner, P., Croissant, Y. *Scientists Who Engage with Society Perform Better Academically*, Science and Public Policy, 35(7), p. 527–541, 2008.
<https://doi.org/10.48550/arXiv.0810.4672>
- Komár, Z. *Tudománykommunikáció a doktori képzés hallgatóinak szemszögéből*, Jel-Kép, Kommunikáció, közvélemény, média, 2020/1. szám, p. 85–101, 2020.
<https://doi.org/10.20520/Jel-Kep.2020.1.85>
- Massarani, L., Peters, H. P. *Scientists in the public sphere: Interactions of scientists and journalists in Brazil*, Annals of the Brazilian Academy of Sciences, 88(2), p. 1165–1175, 2016.
<https://doi.org/10.1590/0001-3765201620150558>
- Mosoniné, F. J., Pálinkó, É., Stefán, E. *Kommunikáció a kutatók és a laikusok között: a kutatók szerepe. Kérdőíves vizsgálat az MTA köztestületi tagjainak körében*, Világosság, 2004/5. szám, p. 5–27, 2004.
- Peters, H. P., Brossard, D., de Cheveigné, S., Dunwoody, S., Kalfass, M., Miller, S., Tsuchida S. *Science Communication. Interactions with the Mass Media*. Science, 321(5886), p. 204–205, 2008.
<https://doi.org/10.1126/science.1157780>
- Rámháp, Sz. *A marketing térhódítása a hazai felsőoktatásban*. Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok, 5(1–2), p. 125–129, 2010.
uni-mate.hu *Több mint 40 százalékkal többen jelentkeztek idén a MATE-ra*, Elérhető: <https://uni-mate.hu/h%C3%ADr/-/content-viewer/tobb-mint-40-szazalekkal-tobben-jelentkeztek-iden-a-mate-re/20123> (Utolsó elérés: 2023. 04. 20.)